

ESTRUCTURA RETÓRICA DEL MONÓLOGO TELEVISIVO

Pedro J. Gómez

Profesor de Narrativa Audiovisual de la Universidad Francisco de Vitoria

Resumen

En el presente artículo demostraremos que los monólogos televisivos de mayor éxito funcionan con una estructura bastante similar e inspirada en la del discurso retórico clásico. Esta característica permite situar a las denominadas *stand-up comedies* entre los discursos de ficción con una mayor carga retórica en el plano del contenido, hecho que contrasta con la menor presencia de elementos retóricos típicamente visuales. No han sido objeto de este estudio las figuras retóricas literarias, muy abundantes, utilizadas en cada monólogo, aunque en algún momento se pueda hacer referencia a alguna de ellas. El estudio concluye con algunas reglas generales, de uso común en la mayor parte de los monólogos televisivos o al menos, en los de mayor éxito.

Palabras clave

Retórica – Narrativa – Retórica Visual – Televisión – Persuasión – Géneros televisivos

Key Words

Rhetoric – Narrative – Visual Rhetoric – Television – Persuasion – TV Genres

Abstract

This report show us how the stand-up comedies for television with highest ratings work with a structure very similar and inspired in the structure of the classical rhetoric discourse. This quality allow us to place the stand-up comedies among the show-programs with more rhetorical figures in the level of the structure. It hasn't been searched the literary rhetorical figures, very usual in all the stand-up comedies although you can find any reference to them. The research infer some general rules common to most of the more successful stand-up comedies (in Spain).

1. Introducción

Se realizó el estudio sobre un total de 49 monólogos emitidos en el espacio televisivo *El club de la comedia*, en la temporada 2001-2002. Aunque la validez de los resultados queda limitada por el ámbito para el que estos programas fueron producidos (emisión generalista en España periodo 2001-2002), puede deducirse fácilmente que son extrapolables más allá de estos estrechos límites. Los monólogos televisivos son un formato importado de los EE. UU. y con alto implante en casi todas las televisiones del planeta. Generalmente las fórmulas se copian sistemáticamente con muy escasas modificaciones de carácter local, por lo que se les considera uno más de los múltiples formatos franquiciados que abundan en el medio televisivo. Sus elementos comunes, sin embargo, son pocos e identificables aunque apenas existen estudios teóricos al respecto.

Los textos íntegros y sus correspondientes ejecuciones han sido publicados por la empresa productora (Globo Media) a través de una editorial de amplia difusión (Suma de Letras, S.L.), lo que ha facilitado extraordinariamente la compilación del corpus de análisis.

También pueden encontrarse textos de estos y otros monólogos en diferentes sitios web oficiales y no oficiales, entre los que destacamos:

<http://www.humorfeminista.com/textos->

[divertidos/la_peluqueria_monologos_el_club_de_la_comedia.html](http://www.humorfeminista.com/textos-divertidos/la_peluqueria_monologos_el_club_de_la_comedia.html)

<http://www.upseros.com/humor.php?s=5&nh=68>

La selección que integra el corpus fue realizada también desde los servicios de publicaciones de la propia productora, en lo que quiere ser una antología de **los mejores textos** según el criterio de los

responsables de la edición, coordinada por Jose Manuel Lorenzo. Este criterio, reconociéndose subjetivo (VV. AA. 2004, 11) ha tenido en cuenta el impacto social. Hay que decir que este novedoso formato televisivo tiene por consumidor principal a un público joven, aficionado a dar sus opiniones a través de diferentes páginas web, de modo que en lo que respecta a cada monólogo no sólo es interesante analizar curvas de audiencia, sino que hay que tener en cuenta también otros datos de naturaleza cualitativa, como lo son la gran cantidad de opiniones que diariamente se cuelgan en las webs.

Las imágenes también han sido comercializadas por medio de vídeos que se pueden adquirir junto a las publicaciones.

Por tanto hay que entender esta muestra de 49 textos como un material de especial (privilegiado) interés en lo que respecta a su validez respecto al objeto de estudio, ya que nos proponemos demostrar la relación entre la capacidad persuasiva del texto y la observancia o no de una estructura semejante a la del discurso retórico clásico. Si dichos textos forman parte de una selección, sobreentenderemos su capacidad persuasiva.

Empezaremos definiendo en qué consiste la estructura clásica del discurso retórico. Explicaremos los procedimientos de búsqueda de sus elementos en el corpus de análisis para finalizar dando cuenta de los resultados de esta búsqueda y sus implicaciones.

2. La estructura del discurso retórico

Sabemos que la Retórica nace en el mundo antiguo con una clara vocación: sistematizar los elementos comunicativos de aquellos discursos en los que se pretendía persuadir al interlocutor (Albaladejo, 1993; 23). Por tanto, detrás de cada discurso retórico hay que entender que se esconde una cierta idea de Verdad, que a menudo aspira a ser transmitida en forma de lo que denominamos “valores”. Bien es cierto que ya en la antigüedad y dependiendo del género oratorio, era frecuente el uso de la Retórica para la demostración de una verdad de alcance mucho más limitado, verbigracia la inocencia o culpabilidad de un reo, el derecho de un ciudadano a verse compensado de algún daño, a ver reestablecido un derecho a la propiedad sobre aguas o bienes que antes le hubieran sido negados (género judicial), etc... Asuntos en general de naturaleza mucho más trivial, si se quiere, que los abordados por el Género Deliberativo (*Genus Deliberativum*), pero en los que la técnica retórica jugaba un papel primordial de cara a la consecución o no de los fines últimos.

Como es sabido, la construcción del discurso dependía de tres momentos: invención, disposición y elocución.

2.1. Desde la invención

A su vez, la invención tenía como primera piedra angular un **exordio** en el que el orador intentaba interesar y ganarse a su auditorio; una **narración** en la que se daba cuenta de los hechos o de hechos parecidos que sirvieran como ilustración; una **argumentación** en la que se lanzaban ideas a favor o en contra de personas o hechos, verdadero centro del discurso persuasivo. La narración debía **instruir, deleitar**, ser **breve, clara y verosímil**. Se consideraba esencial la brevedad, siendo el ideal de ésta, “que nada pueda ser suprimido o añadido” (Mortara Garavelli, 1991; 76).

Las **pruebas** podían ser técnicas o no técnicas; a su vez las pruebas técnicas, podían serlo de tres tipos: de hecho (**signos**), por inducción (**ejemplos**) o por deducción (**argumentos**). En nuestro estudio hemos constatado que el ejemplo es uno de los artificios sobre los que más frecuentemente se elabora la cimbra del monólogo televisivo, por lo cual nos detendremos un poco más en su descripción.

El **ejemplo** mezcla narración y argumentación. Se le denomina **ilustración** cuando refuerza una regla común, conocida y admitida. Hablamos de **modelo** para referirnos a la descripción de una conducta sobre la que se pretende establecer una *regla general de conducta* (Mortara Garavelli, 1991; 87). Más adelante analizaremos su uso, más que frecuente, en los monólogos televisivos, pero de momento recalquemos su alto valor como elemento de prueba cuando la enunciación de la idea va seguida de la enunciación de un caso que demuestra la verdad o falsedad del argumento. Suele considerársele un recurso muy propio de la elocución en la medida en que suponía una extensión más o menos improvisada por el orador y utilizada por éste para profundizar en alguna línea de su argumentación que en muchos casos por breve, podía pasar inadvertida (Aragües). Algunos autores parecen enfatizar sobre lo rudimentario -casi siempre- del *exempla* como mejor vehículo comunicativo para llegar a las personas con un más bajo nivel de formación (Carrasco, 44). Recordemos que el monólogo televisivo, aunque plantea un humor ambicioso, con ciertas aspiraciones de corte intelectual (y eso que con alguna frecuencia es decididamente zafio) se da en un medio de difusión masivo lo que lo convierte necesariamente en popular.

Quintiliano denomina **lugares comunes** (*topoi*) a “las sedes en las que residen, o están en depósito, y de las que se extraen las demostraciones” (217). Los lugares pueden ser comunes o propios. Se les denomina comunes cuando identifican puntos de vista de aceptación general (Mortara Garavelli, 90) y propios cuando son más ajustados al caso y no gozan de la prerrogativa de la aceptación común. El monólogo televisivo recurre con frecuencia a ellos.

2.2. Desde la disposición

El exordio, ya lo hemos dicho, va al principio del discurso. En el sentido lineal va seguido de narración, argumentación y peroración. En un sentido más bien vertical, tal y como lo explica Albaladejo, el orador ha superado una serie de fases de complejidad creciente (intelección, invención, disposición, elocución, memoria y acción) (Albaladejo, 44).

El punto de llegada debe ser necesariamente una **conclusión**. El discurso, si fuera una mera suma de ornatos, carecería realmente de interés auténticamente retórico, al menos en el sentido de *persuasivo*. Parece condición *sine qua non* el que nos transmita un sentido claro a favor o en contra de una determinada idea.

Siguiendo esta estructura, la retórica clásica hablaba de tres formas de organizar la información del discurso: el **orden creciente**, el **orden decreciente** y el **orden nestoriano**. En el **orden creciente** se sitúan los elementos más convincentes al final del discurso para rematar de una forma brillante; el principal riesgo es que se dilate demasiado ese momento de interés o de brillantez y la audiencia pierda atención antes de tiempo. El **orden decreciente** implica un arranque de cierta espectacularidad para captar al auditorio, pero si el discurso se alarga, se producirá una sensación general de “desinflamamiento”. En el **orden nestoriano** se sitúan los elementos menos convincentes en la mitad del discurso (Mortara, 119), para arroparlos con un arranque eficaz y un remate de cierto efecto (el nombre viene de Nestor, personaje de *La Ilíada* que según Homero colocó sus tropas menos valiosas en la parte central).

2.3. Desde la elocución

Como señala Aristóteles, en el discurso retórico “se implican tres factores: quién habla, de qué habla y para quién” (Aristóteles, 63). La elocución nos transporta, muchas veces sin quererlo, al terreno de la Pragmática. El flujo de relaciones enunciador-enunciatario cobra aquí todo su vigor. Sin embargo, en el caso del monólogo televisivo la figura del receptor del mensaje se desdobra en dos: el público que asiste a la actuación en vivo y la audiencia que sigue el espectáculo desde casa. Primer problema: ¿a quién de los dos debe “persuadir” el ejecutante? ¿Hay diferencias entre ambos?

En segundo lugar, digamos que el plano de la enunciación también se comparte. El punto de vista de la cámara supone un plus de información que se traduce en **modo**, por tanto en una parte de la elocución misma. Se nos muestran movimientos “de cabeza caliente” (técnicamente hablando,

focalizaciones visuales externas primarias), planos de reacción escogidos desde el público, un plano medio del actor-ejecutante que unas veces tiende más al PG y otras al PP.

Dejemos claro desde el principio que este enunciador subsidiario no nos ha interesado en absoluto y que ha sido en el ejecutante en quien hemos centrado nuestro análisis. Sólo hemos recurrido a la imagen para encontrar indicios que corroborasen lo que sugería el ejecutante (Ej: nos han interesado los planos de reacción cuando había alusión directa a algún miembro del público y la consiguiente reacción de éste).

Respecto a la diferencia entre el público asistente y el televidente, señalemos que ésta tiene lugar sobre todo en lo que respecta a los efectos que ambos producen sobre el ejecutante. Esta diferencia consiste en que el público televidente es esencialmente *voyeur*, observa pero no participa, mientras que el público asistente es el que de verdad modela los cambios de actitud del ejecutante (con sus risas, con sus silencios). Por supuesto, si se le enseña al actor la curva de audiencia una vez terminada la actuación, éste podría modificar sus futuras representaciones, **pero no esa**. Por tanto, en un sentido estricto, la *performance* del monólogo sólo recibe *feed-back* del público asistente.

¿Cómo sale airoso entonces el actor con ese público? Con independencia de que pueda tratarse de un público de pago o contratado, lo cierto es que ante él tiene lugar una representación y que su actitud marca una parte difícilmente cuantificable, de las estrategias elocutivas del actor.

Los elementos retóricos de que se valdrá el actor y que caen fuera del texto escrito son, principalmente:

- Silencios / Pausas
- Onomatopeyas
- Gestualidad
- Interacción con el público
- Recursos vocales (remedos, falsetes, imitaciones...)

No entraremos a fondo en estos elementos dado que estamos analizando la estructura, pero destacaremos que dan o pueden dar pie a numerosas figuras retóricas muy concretas. Por ejemplo, una pausa puede ser una suspensión, tener valor de elipsis cuando hay un sobreentendido; determinados gestos y onomatopeyas que no se deducen de los textos originales, pueden ser hipérboles, etc...

Lo que sí se le puede pedir al texto de un monólogo televisivo y hay que decir que éste es un requisito que por lo general cumplen la mayoría de los más representativos es que sea ágil y

proporcione al actor una cierta capacidad de lucimiento en términos de “cambio”. Cambio en la forma de hablar, cambio en la entonación, cambio como recurso retórico, nuevamente. Es por ello que normalmente se recurre al estilo directo para representar el diálogo durante la *narratio*, eludiendo fórmulas literarias como “dijo que”, “dije que”... El cambio de entonación, por ejemplo, nos dará por elipsis el cambio de personaje.

Además y siguiendo a Barthes, “En un mismo individuo se da la pluralidad y la coexistencia de léxicos; el número y la identidad de estos léxicos forman, en cierto modo, el *idiolecto* de cada persona” (Barthes, 43). Pues bien, todos ellos serán imitados por el actor.

Aunque, como hemos dicho, no se ha tenido en cuenta al enunciador televisivo en general, sí se han observado, como señalamos más arriba, los planos de reacción del público cuando había una clara interacción entre éste y el ejecutante, principalmente como indicio de la relación entre el ejecutante y su público presencial. Barthes habló del triple valor retórico de las miradas:

“La ciencia interpreta la mirada de tres maneras (combinables): en términos de información (la mirada informa), en términos de relación (las miradas se intercambian), en términos de posesión (gracias a la mirada, toco, alcanzo, apreso, soy apresado): tres funciones: óptica, lingüística, háptica. Pero la mirada siempre busca: algo, a alguien. Es un signo inquieto: singular, dinámica para un signo, su fuerza lo desborda.” (Barthes, 306)

Cuando los planos de reacción eran mera ilustración de la acogida de la actuación no se tenían en cuenta pues sabida es la costumbre televisiva de grabar insertos independientes de la imagen masterizada, para luego enriquecerla en la edición. En estos casos, la referencia más fiable de las reacciones del público eran las risas y los aplausos (que cuando son “de lata” suelen distinguirse de los espontáneos).

3. Hipótesis

El análisis buscaba la demostración o refutación de estas dos hipótesis:

En cada monólogo se da, al menos, una idea respecto a la cual se establece todo un proceso argumentativo a resultas del cual se llega a una determinada conclusión. Dicha idea aparece enunciada, ya sea en sentido positivo o como anti-idea a través de la ironía.

La estructura de ese discurso está gobernada por las reglas de la Retórica Tradicional: se da un exordio, una narración / argumentación que incluye disgresiones diversas, se utilizan ejemplos,

modelos y lugares comunes para llegar a la conclusión que, en líneas generales es o pretende ser la demostración de algo.

Debemos puntualizar, sin embargo, que el monólogo televisivo no pretende, en su parte argumentativa, edificar a través del humor escalas de valores sistemáticas, sino que juega – y esto quizá haya que interpretarlo más como una tendencia estética del monólogo actual- a desarmar la ideología y los hábitos dominantes de la vida cotidiana. De ahí que hayamos advertido que la conclusión en muchos casos se formula con un sentido contrario al que en realidad se pretende.

Sirva como ejemplo:

“Yo lo tengo muy claro, si algún día tengo una hija va a hacer lo que ella quiera: se va a casar el 14 de abril que ella misma elija, en la Parroquia de San Juan Bautista que a ella le guste, y con el vestido sin mangas y abotonado a la espalda que le dé la gana” (103)

4. Metodología

Se realizó un análisis de contenido en el que se buscaban elementos fáciles de detectar y que resultaban indicios de presencia de elementos estructurales del discurso retórico: exordio, narración, argumentación, conclusión... El análisis se realiza sobre los textos escritos y sobre las actuaciones grabadas mediante la aplicación de un cuestionario de 45 ítems, en primer lugar sobre los textos escritos y finalmente sobre las actuaciones grabadas, siendo el resultado prácticamente el mismo. Algunas de las preguntas del cuestionario, las relativas por ejemplo a la elocución, sólo pudieron ser contestadas en el visionado.

Los ítems del cuestionario fueron de respuesta objetiva (presencia / no presencia del contenido buscado), aplicándose dos posibles respuestas (SÍ ó NO) necesariamente excluyentes y formuladas con la suficiente concisión como para evitar respuestas que pudieran diferir según el observador.

Se realizó una prueba de validación con 25 sujetos de ambos sexos y edades comprendidas entre los 21 y los 23 años (público preferente de los monólogos televisivos), sobre tres monólogos escogidos aleatoriamente. No se observaron en el cuestionario sesgos relevantes en las respuestas que finalmente fueron incluidas en el cuestionario (inferior al 5% en las preguntas formuladas con un mayor nivel de ambigüedad; por encima de estos porcentajes la pregunta resultó eliminada del cuestionario).

Con los ítems que superaron la validación se diseñó el protocolo de observación definitivo:

HOJA DE OBSERVACIÓN N°:

TÍTULO DEL MONÓLOGO:

TEMA:

Señálese SI ó NO en los siguientes ítems:

A) INDICIOS DE EXORDIO:

1. ¿Lanza el actor alguna pregunta o alusión directa al público (en segunda persona, como si esperara respuesta), en el primer minuto de su actuación?
2. ¿Lanza el actor alguna pregunta retórica (en segunda persona, sin esperar respuesta), en el primer minuto de su actuación?
3. ¿Realiza el actor, al principio, alguna alusión favorable al público?
4. ¿Hace el actor alguna alusión desfavorable hacia sí mismo al comienzo de su actuación?
5. ¿Da algún dato al principio, que aluda a algo de lo que va a decir después?
6. ¿Utiliza pausas y suspensiones al principio?
7. ¿Se producen risas al final de la primera frase?
8. ¿En el primer minuto del monólogo queda claro el “tema” del mismo?
9. ¿En el primer minuto hay alguna alusión al posicionamiento del ejecutante respecto al “tema” del monólogo?
10. ¿Enuncia el actor alguna afirmación rotunda (no opinable) al comenzar su actuación?

B) INDICIOS DE NARRACIÓN:

11. ¿Relata hechos supuestamente ocurridos?
12. ¿Alguno de los hechos descritos es narrado con planteamiento, confrontación y resolución?
13. ¿Describe situaciones cotidianas?
14. ¿Utiliza el estilo directo para reproducir el diálogo?
15. ¿Describe comportamientos propios o ajenos?
16. ¿Utiliza relatos diferentes encadenados por algún elemento de enlace?

C) INDICIOS DE ARGUMENTACIÓN:

17. ¿Se relacionan los hechos narrados con ideas?
18. ¿Supone conductas sin que se deduzca que las ha observado objetivamente?
19. ¿Deforma de algún modo las realidades conocidas?
20. ¿Compara en alguna ocasión hechos narrados?
21. ¿Hace alguna alusión a las creencias del público?
22. ¿Aporta algún dato para desmitificar dichas creencias?
23. ¿Se alude a celebridades de la vida pública?

D) INDICIOS DE PERORACIÓN / CONCLUSIÓN:

24. ¿Enuncia alguna conclusión al final de la actuación?
25. La conclusión (explícita o elíptica), ¿defiende lo contrario de lo que en principio pretendía defender?
26. ¿Cierra el monólogo con alguna afirmación con relación directa con el “tema”?
27. ¿Cierra el monólogo con alguna pregunta con relación directa con el “tema”?
28. ¿Cierra el monólogo con alguna pregunta o afirmación sin relación directa con el “tema”?
29. ¿Termina el monólogo contando algo que nada tiene que ver con el tema?
30. ¿Inicia la conclusión con algún cliché observado en otros monólogos (Ej: *En fin...*; ó *En fin, amigos...*)

E) DETALLES DE LA INVENCION:

31. ¿Utiliza lugares comunes (conocidos por el público en general)?
32. ¿Utiliza lugares propios (de aportación propia)?
33. ¿Utiliza frases concisas y breves (en general de extensión inferior a las 20 palabras)?
34. ¿Introduce elementos novedosos cada poco tiempo (una situación nueva por minuto, al menos)?

F) DETALLES DE LA DISPOSICIÓN:

35. ¿El primer tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
36. ¿El segundo tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
37. ¿El tercer tercio del monólogo presenta más risas del público que los otros dos?
38. ¿Presenta una idea al principio y su contrastación o refutación al final?

G) DETALLES DE LA ELOCUCIÓN:

- 39. ¿El ejecutante utiliza las miradas hacia algún miembro del público?
 - 40. ¿Realiza gestos de imitación de otros sujetos?
 - 41. ¿Realiza gestos de imitación de sí mismo, en otras circunstancias?
 - 42. ¿Realiza gestos valorativos?
 - 43. ¿Utiliza onomatopeyas?
 - 44. ¿Trata de imitar la voz de otras personas?
 - 45. ¿Trata de imitar su propia voz en otras circunstancias?
-

Aunque el cuestionario estaba diseñado de tal forma que reducía la posibilidad de error si se cumplimentaba inmediatamente detrás de la lectura / visionado de cada texto, se consideró que la fatiga podía actuar como variable extraña, reduciendo la capacidad del observador para detectar los indicios que se buscaban. Se compensó con doble visionado y doble lectura de texto y empleando siempre sesiones de no más de tres monólogos (frecuentemente uno).

5. Datos del análisis

Las preguntas destinadas a detectar indicios sobre la presencia o no de un exordio en los monólogos televisivos nos sirvieron para comprobar que en TODOS los monólogos investigados se detectaron al menos 6 de los 10 indicios propuestos. Muy alto número si consideramos que algunos tendían a ser incompatibles (ej: se observó que el monologuista que comenzaba con preguntas retóricas, casi nunca hacía uso de afirmaciones categóricas).

En el bloque destinado a detectar elementos narrativos se observó así mismo que la respuesta era positiva como mínimo en 5 de los 6 ítems planteados y del 100 % (6 de 6) en 42 de los 49 monólogos analizados.

Respecto a los indicios de argumentación, 43 monólogos superaban un resultado positivo en al menos 4 de los 7 indicadores planteados. Merece la pena que nos detengamos un instante en este aspecto. La presencia de argumentación o no en los monólogos es, en nuestra opinión, condición necesaria aunque no suficiente, para que podamos hablar de una estructura típicamente persuasiva con conexiones con la Retórica Clásica.

Observemos el ítem 29:

“¿Termina el monólogo contando algo que nada tiene que ver con el tema?”

En todos los casos la respuesta a este ítem fue negativa. Habíamos observado en otros monólogos de mucha menor trascendencia (monólogos que tuvieron un único pase y que no forman parte de las antologías), que a veces los monologuistas cierran la intervención con una especie de salva de humor desvinculada del resto del discurso y teníamos la sospecha de que esto casi siempre “deshinchaba” la fuerza del monólogo en tanto que podía relajar y dispersar la atención de los espectadores. Los resultados del análisis parecen confirmar, aunque no de manera rotunda, este hecho.

Por otra parte, para nosotros, el que el monólogo se cerrase de una forma más o menos explícita (Ítem 24: ¿Enuncia alguna conclusión al final de la actuación?), con un mensaje que cerrara el

sentido de lo monologado era un factor clave en la posible intencionalidad del texto. En un 80 % de casos el ítem arrojó un valor positivo.

También es frecuente el uso de latiguillos que de algún modo marcan la llegada al final del texto. He aquí algunos ejemplos:

“En fin, que... ¿saben lo que les digo? Que en vez de dejar de tomar medicinas, lo que voy a hacer es dejar de ir al médico. Y así me tomo lo que quiero” (93)

“En fin, amigos, que ya puestos a mentir en el currículum vitae, podríamos decir que sabemos todos los idiomas: Alemán... *Aufidersén*. Ruso... Puttin. Italiano... ¡¡¡Hola Rafaella!!! Y francés: Mónica Lewinsky” (153)

“En fin, que si no sabían lo que es salir de marcha, yo se lo resumo: dos horas peleándote con El Scotex, media hora discutiendo con tus amigos, cuarenta y cinco minutos caminando, hora y veinte haciendo cola y media hora vomitando” (198)

“¿Saben lo que les digo? Que ahora que soy un experto, el fútbol me gusta menos que antes” (203)

Nos interesaba también detectar la presencia/ausencia de lugares comunes y propios. Si bien no quedó clara una tendencia clara de dar preferencia de unos sobre otros sí resultó evidente la presencia masiva de ambos.

En lo que se refiere a los detalles de orden, de disposición, predominó lo que podríamos denominar un “estilo nestoriano” (predominio del orden nestoriano, con los elementos menos atractivos situados en algún lugar de la zona media del discurso). A esta conclusión se llega también analizando la frecuencia de las risas del público, mayor por lo general, al principio y al final.

En cuanto a la técnica oratoria del monologuista se daban los recursos retóricos habituales relativos a equivocaciones, posiciones corporales, etc... (Ortega, 237), pero fuera de esta impresión general, se contrastó que era muy elevado el uso de las miradas y alusiones a miembros concretos del público (más del 70 %) y en menor medida las onomatopeyas e imitaciones diversas que por separado no arrojan una cifra espectacular, pero que en conjunto siempre están presentes.

5. Conclusiones

El actual monólogo televisivo posee una estructura definida y común a la mayor parte de los casos. Casi siempre el monologuista comienza su actuación planteando un tema o asunto a partir del cual entrará en una disertación de contenido esencialmente humorístico, pero en la que utilizará permanentemente juicios y valoraciones para llevarnos finalmente a alguna conclusión.

Con frecuencia, el monologuista engañará al público haciéndole creer que defiende alguna idea poco aceptada socialmente o en esencia reprochable para la mayoría del sentir general. El monólogo será entonces una acumulación de situaciones en las que el monologuista narrará hechos que por lo general demuestran lo contrario de lo que el monologuista pretendió demostrar en un principio, con alguna afirmación rotunda y descabellada. También en estos casos queda establecida con claridad una primera fase (exordio) de planteamiento en la que ya por el mero hecho de defender una situación absurda provocará las risas y el interés del público; una segunda fase demostrativa en la que crecerá el conflicto entre la idea enunciada y la demostración en sí y una conclusión en la que el espectador podrá advertir sin esfuerzo alguno la diferencia entre los hechos y el argumento defendido por el monologuista, con lo que el efecto sólo puede ser uno: el reforzamiento de una idea contraria a la previamente formulada, paradoja – y por tanto, recurso retórico –, que arranca con facilidad la risa y el favor del público.

En otras ocasiones varía la estrategia, pero siempre manteniendo la estructura: acercamiento al público, defensa de una idea, relato de hechos y conclusión final, formulada unas veces de manera directa y clara y otras por procedimientos más elípticos.

Dentro de cada uno de esos momentos que se daban también en el discurso retórico clásico, se emplean otros muchos ingredientes que incluyen desde el uso de argumentos de autoridad, casi siempre utilizados desde la parodia o para ser puestos en evidencia.

Parece claro que las *stands* cumplen el requisito de instruir deleitando mediante la brevedad y claridad del discurso, como exigía la retórica a todo discurso que pretendiera alcanzar algún efecto persuasivo. El concepto de verosimilitud sin embargo es mucho más equívoco. A menudo el ejecutante desvirtúa la realidad de tal modo que parece poner en entredicho esta premisa. Sin embargo hay en ese falseo de la realidad elementos nítidamente reconocibles para los espectadores y se juega siempre con la complicidad del público en lo que respecta a las deformaciones que el monologuista propone: exageraciones, deformaciones, etc...

Como sucede con casi todos los discursos del medio televisivo, el **ritmo** tiene un papel decisivo. Todos los monólogos de la antología propuesta estaban contruidos con frases cortas y punzantes, articulados a través de silencios, pausas...

Finalmente, la estructura presenta en todos los casos una primera fase en la que el actante intenta establecer las bases de su relación con el público: hace alguna muestra sobre su capacidad de humor con algún giro humorístico de impacto, se ríe de sus propias vulnerabilidades (ej: la torpeza, la timidez...), plantea el “tema” del monólogo, da su punto de vista previo y/o genera expectativas sobre lo que va a contar al objeto de cautivar la atención.

En la segunda parte utiliza una cierta cantidad de “casos” ejemplificadores, pequeñas narraciones, hechos de la vida cotidiana que son utilizados para justificar la tesis inicial. Aquí es frecuente la digresión, que en algunos momentos dé la sensación de que ha cambiado el “tema” original de su monólogo, para volver siempre a la idea que articula la totalidad del texto.

Finalmente los monólogos se cierran con una conclusión, peroración o epílogo, frecuentemente marcada con un inicio de frase estereotipada (“En fin amigos...”, “Pues nada...”, etc...) y en la que se aporta alguna clave de interpretación sobre lo contado y argumentado, a favor de una idea. Esta enunciación puede ser explícita:

“O sea que como ven, no es tan fácil hacer un regalo” (184)

o elíptica:

“Si hay partido, se ve el partido; si hay patinaje artístico, se ve el partido; si hay *Informe Semanal*, se ve el partido; y si hay peli porno en el Plus... ¡Se ve el partido!” (231)

Huelga decir que el remate busca siempre un impacto final que a la vez que anuncia el final de la actuación, demande el aplauso, estrategia de disposición de la que depende, como si de un alegato judicial se tratase, el éxito o el fracaso del actor en lo que respecta a su capacidad de seducción y persuasión hacia su público.

Bibliografía

- ALBALADEJO, T., 1993: *Retórica*. Editorial Síntesis. Madrid.
- ARAGÜÉS ALDAZ, J. «Modi locupletandi exempla progymnasmata y teorías sobre la dilatación narrativa de *exemplum*» en <http://155.210.60.15/GCORONA/articu32.htm>
- ARISTÓTELES, 1970: *El arte poética*. Espasa Calpe (cuarta edición). Madrid.
- BARTHES, R., 1986: *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- CARRASCO, R. “El *exemplum* como estrategia persuasiva en la Rhetórica Christiana de Fray Diego Valadés” en http://www.analesie.unam.mx/pdf/77_33-66.pdf
- GRUPO μ., 1993: *Tratado del signo visual*. Cátedra, signo e imagen. Madrid.
- MORTARA GARAVELLI, B., 1991: *Manual de retórica*. Segunda edición. Cátedra. Madrid.
- ORTEGA, A., 1989: *Retórica. El arte de hablar en público. Historia-método y técnicas oratorias*. Ideas Culturales S.A. & Instituto Europeo de Retórica. Madrid.
- QUINTILIANO, 1970: *Institutio oratoria*. Winterbotton. Oxford.
- VV. AA., 2004: *El club de la comedia contraataca*. Tercera edición. Suma de letras / punto de lectura.com /. Madrid